SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain in details about the classification of market.

சந்தை வகைப்படுத்துதலை விவரமாக விவரி.

17. Discuss the various factors determining market segmentation.

சந்தை பகுத்தலை நிர்ணயிக்கக்கூடிய பல்வேறு காரணிகளை விவாதி.

18. Explain the various stags of Product life cycle.

பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சியின் பல்வேறு படிநிலைகளை விவரி.

19. Classify the different kinds of pricing.

விலையியலின் பல்வேறு வகைகளை வகைப்படுத்துக.

20. Demonstrate the types and characteristics of social marketing.

சமுதாய சந்தையியலின் வகைகள் மற்றும் இயல்புகளை நிரூபிக்கவும்.

———————

NOVEMBER/DECEMBER 2024

CCP42/BSCM56/BCP42 — PRINCIPLES OF MARKETING

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SHANMUGA INDUSTRIES ARTS & SCIENCE COLLEGE LIBRARY

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What is Sale?
விற்பனை என்பது யாது?

2. What is Government market?
அரசு சந்தை என்பது யாது?

3. What is meant by undifferentiated market?
வேறுபடுத்தப்படாத சந்தை என்பதன் பொருள் யாது?

4. What is meant by caveat emptor?
வாங்குபவர் ஜாக்கிரதை என்பதன் பொருள் யாது?

5. What is product life cycle?
பொருளின் வாழ்க்கை சுழற்சி என்பது யாது?

6. What is meant by packaging?
கட்டுமானம் என்பதன் பொருள் யாது?

7. What is physical distribution?
பொருள் பகிர்வு என்பது யாது?

8. Who is a retailer?
சில்லறை வணிகர் என்பவர் யார்?

9. What is Remarketing?
திரும்ப சந்தைபடுத்துதல் என்பது யாது?

10. What is E-Commerce?
மின்னணு வணிகவியல் என்பது யாது?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Differentiate between selling and marketing.
விற்பனைக்கும் சந்தையியலுக்கும் உள்ள வேறுபடுத்தி காட்டுக.

Or

(b) List out are scopes of marketing.
சந்தையியலின் வாய்ப்புகளை பட்டியலிடுக.

12. (a) Explain the patterns of market segmentation.
சந்தை பகுப்புகளின் வடிவமைப்புகளை விவரி.

Or

(b) How is the knowledge of buyer behaviour essential for the marketer?
வாங்குபவரின் நடத்தை பற்றிய அறிவு சந்தையருக்கு எவ்வளவு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது?

13. (a) Elaborate the reasons for product diversification.
பொருள்களை பல்வகைப்படுத்துதலின் காரணங்கள் விளக்குக.

Or

(b) How is marketing mix important in marketing decisions?
சந்தையியல் முடிவுகளில் சந்தை கலவை எப்படி முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது?

14. (a) Explain the various channel options available to the manufacturer.
உற்பத்தியாளர்கள் விருப்பத்திற்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு வழித்தடங்களை விளக்குக.

Or

(b) Explain the qualities of goods salesman.
நல்ல விற்பனையாளருக்குகான குணங்களை விவரி.

15. (a) List out the limitation of E-marketing.
மின்னணு சந்தையியலின் குறைபாடுகளை பட்டியலிடுக.

Or

(b) Explain the causes for demarketing.
சந்தையிடுதலை குறைப்பதற்கான காரணங்களை விளக்குக.